

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social
Licenciatura en Relaciones Públicas



Tesis Monográfica

Acciones de Responsabilidad Social Empresaria del sector
alimenticio de la Ciudad de Tres Arroyos.

*¿Acciones filantrópicas o relacionadas con el negocio de la
empresa?*

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Realizado por: *Ailen Ibel, Olsen.*

Director de la carrera de Relaciones Públicas: Manuel, Montaner.

Tutora de la Tesis Monográfica: Gabriela, Pagani.

Asesor metodológico: Leonardo, Cozza.

Agradecimientos

A mi familia, en especial a mis padres, que hicieron posible que cumpla con esta meta tan ansiada; y por hacer de mi una mejor persona brindándome de su ejemplo y honestidad, posibilitando ser mi guía a lo largo de mi vida.

A mi novio, por su gran apoyo, cariño y constante estímulo para finalizar este proyecto.

A mi tutora de tesis, Gabriela Pagani, por haberme facilitado los materiales necesarios para el desarrollo de todo el trabajo, por su tiempo brindado, por sus respuestas y por sobre todo por su apoyo incondicional que me daban fuerzas para seguir.

No quiero dejar de mencionar al Director de mi carrera, Manuel Montaner por su apoyo durante los años transitados en la Universidad, y agradecer también a la Universidad del Salvador por las herramientas brindadas durante toda la cursada que posibilitaron que hoy realice este trabajo.

A las tres empresas consultadas (TOSTEX S.A., MOLINOS ZALLA S.A. y AGRO INDUSTRIA TRES ARROYOS SRL.) por su generosidad y colaboración en este trabajo.

Abstract

Esta tesis monográfica ofrece un acercamiento a las acciones de Responsabilidad Social Empresaria que llevan a cabo empresas del sector alimenticio argentino. Para ello se tomaron las empresas TOSTEX S.A., MOLINOS ZALLA S.A. y AGRO INDUSTRIA TRES ARROYOS SRL. de la localidad de Tres Arroyos.

La observación que origina este trabajo es que en general no existe un conocimiento total acerca de lo que implica la definición del término Responsabilidad Social Empresaria y las dimensiones que engloban. Es en estos casos, en los que no se ejerce adecuadamente la RSE, donde se presenta una imagen distorsionada de la misma, más asociada con la caridad, el asistencialismo y la filantropía.

La hipótesis con la que se trabajó fue que las empresas alimenticias de la Ciudad de Tres Arroyos asocian la Responsabilidad Social Empresaria a la filantropía.

Para establecer cuál o cuáles son las acciones de RSE, se utilizó una metodología que incluye entrevistas en profundidad, el análisis de las iniciativas relacionadas con la responsabilidad social que desarrollan dichas empresas; y cuál es la definición que manejan.

A partir de la investigación se puede concluir que la hipótesis se comprueba en los casos estudiados: las empresas alimenticias asocian las acciones de RSE con acciones de asistencialismo y no están relacionadas con el negocio de la empresa.

Palabras clave: RSE; Empresas Alimenticias; Filantropía, Relaciones Públicas.

Índice General

Introducción.....	Página 1
-------------------	----------

Primera Parte: Aspectos Teóricos y Metodológicos

Capítulo I:

1.1. Tema y finalidad de la investigación.....	Página 6
1.2. Problema.....	Página 6
1.3. Hipótesis.....	Página 7
1.4. Objetivos.....	Página 7
1.5. Marco teórico.....	Página 7
1.6. Marco de referencia.....	Página 11
1.7. Metodología.....	Página 11

Capítulo II:

2.1. Introducción a la Responsabilidad Social Empresaria.....	Página 13
2.2. Evolución y antecedentes de la RSE.....	Página 14
2.3. Filantropía como vínculo con la comunidad.....	Página 16
2.4. Definición de Responsabilidad Social Empresarial.....	Página 17

Capítulo III:

3.1. El nuevo papel estratégico de las Empresas.....	Página 19
3.2. Identidad Organizacional.....	Página 21
3.3. Cultura Organizacional.....	Página 21
3.4. Filosofía Organizacional.....	Página 22
3.5. Imagen.....	Página 23

Capítulo IV:

4.1. Tipos de responsabilidades. Teoría de la Pirámide....	Página 25
4.2. Dimensiones de la RSE.....	Página 27
4.3. Principios característicos de una empresa socialmente responsable.....	Página 29
4.4. Desarrollo Sostenible.....	Página 31
4.5. Triple resultado de la RSE.....	Página 32
4.6. Beneficios que la RSE brinda a la empresa.....	Página 33
4.7. La RSE no implica un gasto, si una inversión.....	Página 40

Capítulo V:

5.1. Herramientas para medir la RSE de la empresa.....	Página 41
5.2. Normativa vigente sobre RSE.....	Página 48
5.3. Mapa de Grupos de Interés.....	Página 51
5.4. Cómo se comunica la RSE.....	Página 53
5.5. Canales de comunicación.....	Página 55

Segunda Parte: La Investigación

Capítulo VI:

6.1. Estudio de Casos: Perfil de las Empresas Alimenticias Elegidas.....	Página 58
--	-----------

Capítulo VII:

7.1. Qué saben formalmente las empresas sobre la RSE.....	Página 70
7.2. Estrategias y políticas de RSE llevan a cabo o no las	

empresas. Gestión e implementación.....	Página 71
7.3. Análisis Comparativo.....	Página 93
Conclusión.....	Página 108
Bibliografía.....	Página 113

Anexos

Anexo I.....	I
Anexo II.....	VIII
Anexo III.....	XXVI
Anexo IV.....	XXXVII
Anexo V.....	LVII
Anexo VII.....	LXVI
Anexo VIII.....	LXX



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

En una primera instancia, para lograr el propósito y el desarrollo de esta Tesis Monográfica en referencia a la RSE, se optó por la elección de las siguientes empresas como casos de estudio:

- *TOSTEX S.A.* Es una industria alimenticia especializada en la producción de galletas dulces, biscochos y tostadas. Fue inaugurada oficialmente el 31 de agosto de 2005, y comenzó a comercializar sus productos (chips, polvorones y biscochos salados) recién en noviembre de 2005.
- *MOLINOS ZALLA S.A.* Es una empresa Argentina dedicada exclusivamente a elaborar harinas 000 y 0000 de alta calidad destinadas a panaderías, fábrica de galletitas, fábrica de pastas y panificadoras. Fue inaugurada oficialmente en el año 2004. Localizada en el Parque Industrial de Tres Arroyos.
- *AGRO INDUSTRIA TRES ARROYOS SRL.* Es una empresa familiar, localizada en el Parque Industrial de la Ciudad. Dedicada principalmente a la producción de avena gruesa; avena tradicional; avena instantánea; avena pelada; burgol fino o grueso; cebada perlada; cebada tostada; trigo candeal pelado; cebada pelada y harina de salvado. Fundada en el año 1992.

El problema central del trabajo consiste en que una parte de las empresas locales, desconoce lo que implica en su totalidad el término Responsabilidad Social Empresaria, es decir, su significado y las dimensiones que lo comprenden, relacionadas con la comunidad en la que se encuentra inserta, el medio ambiente, la calidad de vida en las empresas, la operatoria responsable en el mercado y por último, el gobierno corporativo.

La RSE está enfocada a la estrategia de negocios de la empresa, y debe tomar conciencia de las implicancias individuales, sociales o medioambientales que ocasionan el desarrollo de sus prácticas, políticas, procedimientos, métodos y procesos; y así establecer relaciones óptimas, transparentes y correctas con cada uno de los públicos con los que se relaciona.

En general, la imagen que se percibe cuando no se lleva adelante la RSE de una manera adecuada, está relacionada principalmente a la realización de acciones de caridad y asistencialismo. Por ende, se entiende que la RSE solamente consiste en realizar acciones de carácter filantrópico para con la comunidad en la que se encuentra, entendiéndose como la beneficiaria principal de las mismas. Pero hay que recordar que "la filantropía consiste fundamentalmente en donaciones monetarias o en especies que, en la mayoría de los casos constituyen respuestas a pedidos específicos realizados por organizaciones sin fines de lucro".¹ Por consiguiente, en la mayoría de los casos no existen análisis previos ni un posterior involucramiento de la donación en cuestión. La filantropía concluye con la donación puntual.

¹ STURZENEGGER, Adolfo et al. *"Hacia una Cultura de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina"*. Foro Ecuménico Social. Buenos Aires, 23 de mayo de 2003. Página 41.

Esta asociación debe revertirse y entender a cada concepto con lo que le corresponde.

Por lo tanto, la hipótesis de este trabajo es la siguiente: las empresas alimenticias de la Ciudad de Tres Arroyos asocian la Responsabilidad Social Empresaria a la filantropía.

El objetivo primordial, como se mencionó anteriormente, es investigar las acciones de Responsabilidad Social Empresaria que llevan a cabo las empresas alimenticias seleccionadas para este trabajo, en la Ciudad de Tres Arroyos. Pero además, conocer cuál es la situación actual y la definición que manejan las empresas elegidas. En relación a ello, sería interesante detectar cuál o cuáles de ellas están aptas o estarían en condición de implementar un cargo en relación a las Relaciones Públicas (si es que no lo tienen).

El trabajo se encuentra dividido en dos partes, una primera parte denominada *Aspectos Teóricos y Metodológicos* (Capítulo I al V); y una segunda parte, llamada *La Investigación* (Capítulos VI y VII).

En el primer capítulo, se abordan las cuestiones teóricas y metodológicas para el desarrollo del trabajo. Primeramente, se presenta cuál es el tema y la finalidad de la investigación; luego, cuál es el problema central del trabajo; a continuación, se detalla la hipótesis y los objetivos del mismo; para cerrar, se describe el marco teórico, el marco de referencia y la metodología en que se basa la investigación.

En el capítulo dos, se hace un primer acercamiento al término RSE. Se da una introducción sobre la misma; se realiza la diferenciación del concepto de RSE vs. Filantropía; se menciona de manera detallada

pero sintética la evolución y los antecedentes de la RSE y para finalizar la redacción de esta primera parte se da una definición del concepto.

Teniendo en cuenta la definición que propone Florencia Roitstein² (consultora nacional e internacional en temas relacionados con la responsabilidad social de las empresas), se pudo esclarecer y lograr una definición propia de la autora de este trabajo.

La Responsabilidad Social Empresaria es definida por la relación o el vínculo que cada empresa establece con todos sus grupos de interés (stakeholders). Es un conjunto integral de políticas, prácticas y programas cuyo fin principal consiste en implementar o gestionar, una red de vínculos sociales y comportamientos éticos de la empresa para con los stakeholders con los que se relaciona.

Por ende, se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra, además posibilita distinguirse de las demás, consiguiendo mayor competitividad y distinción en la forma de hacer sus negocios; así como también fortalecer su reputación social, imagen corporativa, legitimidad y conseguir una mayor credibilidad.

En el tercer capítulo, se comienza por explicitar cuál es el nuevo papel de las empresas; luego, se explica la relación de la RSE con la identidad, la cultura organizacional, la filosofía y la imagen organizacional, y se define cada una en particular.

En el capítulo cuatro, se dan a conocer los distintos tipos de responsabilidades que existen así como la Teoría de la Pirámide; del mismo modo, se mencionan las dimensiones que componen a la RSE; se detallan cuáles son los principios característicos de una empresa

² ROITSTEIN, Florencia. *La responsabilidad social empresarial en argentina: tendencias y oportunidades*. Academia, Revista Latinoamericana de Administración, número 32, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia, 2004. Páginas 10 y 11. 4

socialmente responsable; se habla del Desarrollo Sostenible y del Triple Resultado de la RSE; más adelante, se apunta a los beneficios que brinda la RSE a la empresa. Por último, se da el motivo principal por el cual la RSE no implica un gasto sino más bien una inversión.

En el quinto capítulo, se encuentran las herramientas que se utilizan para medir la RSE de la empresa; cuál es la normativa vigente sobre la RSE; luego, se define qué es un Mapa de Grupos de Interés; y para cerrar se hace hincapié en cómo se comunica la RSE y cuáles son los canales de comunicación más utilizados.

En el sexto capítulo, se detallará el perfil de las empresas alimenticias a analizar; por otro lado, se tendrán en cuenta los grupos de interés con los que la empresa se relaciona, haciendo una mínima mención y descripción de cada uno.

En el capítulo número siete, se presentarán cuáles son las estrategias y políticas de RSE que llevan a cabo las empresas alimenticias elegidas; es decir, cómo es el vínculo que se posee con cada uno de los grupos de interés; conjuntamente, se analizará luego, cómo es la gestión y la implementación de las mismas; y cerrando el capítulo, se desarrollará un análisis de comparación entre las tres empresas, teniendo como base los ítems mencionados.

Finalmente, se presentan las conclusiones a las que se llegaron durante todo el trabajo de investigación.

Primera Parte: Aspectos Teóricos y Metodológicos

Capítulo I:

1.1. Tema y Finalidad de la Investigación

La finalidad de la siguiente tesis monográfica es investigar las particularidades de las acciones que desarrollan acerca de la Responsabilidad Social Empresaria, ciertas empresas de la industria alimenticia ubicadas en la Ciudad de Tres Arroyos (Provincia de Buenos Aires). A su vez, se tendrán en cuenta los vínculos y relaciones con la comunidad en la que se encuentran inmersas, así como también el impacto que pueden llegar a generar en el entorno que las rodea.

1.2. Problema

El principal problema que se presenta, se debe a que no existe un conocimiento total en las empresas de carácter alimenticio, acerca de lo que implica la definición del término Responsabilidad Social Empresaria y las dimensiones que la engloban (comunidad, medio ambiente, calidad de vida en las empresas, operatoria responsable en el mercado y gobierno corporativo).

La RSE está enfocada a la estrategia de negocios de la empresa, y por ende, integra preocupaciones sobre varios públicos (empleados, accionistas, comunidad, gobierno, consumidores, proveedores, etc.), que según las demandas de cada uno, intenta resolver a través de sus acciones y operaciones. De esta manera, se establecen relaciones transparentes, adecuadas y éticas entre la empresa y los interlocutores con lo que se relaciona. Es un proceso de mejora continua.